



Mémoire fin de cycle présenté en vue de l'obtention du diplôme de

LICENCE ACADEMIQUE

Domaine Mathématiques et Informatique

Département d'Informatique

Filière : Informatique

Thème

Réalisation d'un site web dynamique commercial

Présenté par:

- Ahmid Rateb
- Ouellabi Yacine

Encadré par:

- Mr. Berjough Chafik

Soutenu publiquement

le : .././....

Devant le jury :

.....
.....
.....

Remerciements

Au terme de la rédaction de ce mémoire, nous tenons à remercier notre encadreur M. Berjoui Chafik, pour les précieux conseils et l'aide durant toute la période du travail.

Nos vifs remerciements vont également aux membres du jury pour l'intérêt qu'ils ont porté à notre recherche en acceptant d'examiner notre travail Et de l'enrichir par leurs propositions.

ملخص

نحن الآن في عصر التكنولوجيا والتنمية أصبحت الحاجة البشرية لاستخدام هذه التكنولوجيا في المساعدات والإغاثة.

المواقع التجارية هي الصفحات أو الوثائق ذات الصلة التي تستخدم أساسا لمنتجات وخدمات دعائية من اسم نطاق الإنترنت. معظم المواقع التجارية مملوكة لشركات محددة والغرض منها هو لبيع وتوليد الدخل للشركة. اذ يتلخص مشروعنا في إنشاء موقع تجاري لمحل مركز سوف للكمبيوتر والتي تخصص في بيع أجهزة الكمبيوتر والوسائط المتعددة.

كلمات مفتاحيه : موقع تجاري، تجاري الكترونيه ، دفع الكتروني ، بي ايتش بي

Résumé

Nous sommes maintenant dans l'ère de la technologie et le développement est devenu le besoin humain d'exploiter cette technologie dans ce qui l'aide et le soulager.

Les sites commerciaux sont des pages ou des documents connexes qui sont principalement utilisés pour la publicité des produits et services à partir d'un nom de domaine Internet. La plupart des sites Web commerciaux appartiennent à des sociétés spécifiques et leur but est de vendre et de générer des revenus pour l'entreprise.

Il se résume à notre projet de mettre en place un site commercial pour magasin **Souf computer center** qui est Spécialisé dans la vente de matériels informatiques et multimédia.

Les mots clé : site web , E-commerce ,E-payement ,PHP.

Abstract

We are now in the era of technology and development has become the human need to use this technology in the aid and relief. Commercial sites are pages or related documents which are mainly used for advertising products and services from an Internet domain name. Most commercial Web sites belong to specific companies and their purpose is to sell and generate revenue for the company. It boils down to our project to set up a commercial site to store **Souf computer center** which specializes in the sale of computer hardware and multimedia.

Key words: website, E-commerce, E-payment, PHP.

TABLE DES MATIERES

<u>Introduction Générale</u>	1
<u>Chapitre 1 : présentation</u>	
Introduction.....	3
1.Qu'est-ce que le e-Commerce.	3
2. E-Commerce en Algérie.....	3
2.1.Intérêt économique du passage au e-commerce en Algérie.....	4
3. Définition du paiement électronique – E-paiement.....	4
4.Causes du retard de l'e-commerce en Algérie.....	4
5. Qu'est-ce un magasin en ligne ?.....	5
6. Présentation de la société	6
7. L'objectif.....	6
8. Problème Général	6
9. Solutions proposées	7
Conclusion	8
<u>Chapitre 2 : Analyse et conception</u>	
Introduction.....	9
1. UML pour la modélisation du système.....	9
1.1. Présentation de UML.....	9
1.2. Les diagrammes d'UML utilisés	9
1.3. Explications des diagrammes.....	10
2. Diagramme de cas d'utilisation	10
2.1. Cas d'utilisation Suivi des clients.....	11
2.2. Cas d'utilisation Gestion des produits.....	13
2.3. Cas d'utilisation Suivi des commandes.....	13
2.4. Cas d'utilisation: « Facturation».....	15
2.5. Cas d'utilisation: « Panier».....	16
3- Diagramme de séquence.....	18

3.1. Diagramme de séquences Identification.....	18
3.2. Diagramme de séquences Gestion des commandes.....	19
4- Diagramme de classes.....	20
4.1. Classes et attributs	21
5. Diagramme d'état transition.....	22
5.1. Diagramme d'état transition Produit.....	22
5.2. Diagramme d'état transition commande.....	23
5.3. Diagramme d'état transition Panier.....	24
6. Diagramme d'activité	25
6.1. Diagramme d'activité gestion des clients.....	25
6.2. Diagramme d'activités des cas d'utilisation gestion des commandes.....	26
Conclusion	26
<u>Chapitre 3 : Implémentation</u>	
Introduction.....	27
1. L'environnement de développement.....	27
1.1. Environnement Logiciel.....	27
2. Logiciels utilisés.....	27
3. Les principales interfaces graphiques.....	28
3.1. Interface client.....	28
3.1.1. La page Accueil.....	28
3.1.2. La page d'Inscription.....	29
3.1.3. La page de produit.....	30
3.1.4. La page produit en détail.....	31
3.1.5. La page produit en panier.....	32
3.1.6. La page facture.....	33
3.1.7. La page Contact.....	34
3.2. Interface administrateur.....	35
3.2.1. Login page.....	35
3.2.2. Ajoute produit.....	36
3.2.3. Inventaire Page.....	37

Conclusion	37
Conclusion générale	38
Bibliographie	39

Table des figures

Figure 2.1: Diagramme Cas d'utilisation Suivi des clients.....	11
Figure 2.2: Diagramme Cas d'utilisation Gestion des produits.....	13
Figure 2.3: Diagramme Cas d'utilisation Suivi des commandes.....	15
Figure 2.4: Diagramme Cas d'utilisation: « Facturation».....	16
Figure 2.5: Diagramme Cas d'utilisation: « Panier».....	17
Figure 2.6: Diagramme de séquences Identification.....	18
Figure 2.7: Diagramme de séquences Gestion des commandes.....	19
Figure 2.8: Diagramme de classe.....	20
Figure 2.9: Diagramme d'état transition Produit.....	22
Figure 2.10: Diagramme d'état transition commande.....	23
Figure 2.11: Diagramme d'état transition panier.....	24
Figure 2.12: Diagramme d'activité gestion des client.....	25
Figure 2.13: Diagramme d'activités des cas d'utilisation gestion des commandes.....	26
Figure 3.1: La page d'accueil.....	28
Figure 3.2: La page d'Inscription.....	29
Figure 3.3: La page de produit.....	30
Figure 3.4: La page produit en détail.....	31
Figure 3.5: La page produit en panier.....	32
Figure 3.6: La page facture.....	33
Figure 3.6: La page Contact.....	34
Figure 3.7: Login page.....	35
Figure 3.6: Ajoute produit	36
Figure 3.7: Inventaire Page	37

Introduction Générale

L'expansion de l'internet provoque des changements profonds au niveau commercial, de la publicité jusqu'à la livraison, tous les détails d'une relation commerciale entre le vendeur et le client passe aujourd'hui par l'Internet, ce dernier met à la disposition de tous les partenaires, tous les outils pour finaliser l'achat et la vente en succès et en toute sécurité, ce qu'on l'appelle aujourd'hui le E-Commerce.

L'Internet peut être aussi un facteur majeur pour réduire le coût de publicité, et élargir le champ de diffusion de l'information à tout le monde. Ceci en mettant à la disposition de client tous les outils d'aides à la recherche d'informations, la mise à jour des prix et de stock, et la disposition de vendeur tous les outils pour commercialiser leur produits.

C'est dans ce sens que l'on se propose à travers ce sujet, le développement et l'usage des TIC (Technologie de l'information et de la communication) dans la vente des produits.

Nous allons aborder un travail qui complète les lacunes et résout certains problèmes persistants dans le système classique (Suivi des produits et des clients) actuellement fonctionnel dans les boutiques commerciaux.

Notre étude a été conçue et mise en place au sein de **Souf Computer Center** est un magasin multiservices sis à wilaya d'El-Oued.

Dans le premier chapitre nous avons fait un petit aperçu sur le commerce électronique et les causes de son retard en Algérie, ainsi nous avons parlé de même de son intérêt puis l'étude du problème général avant de la création de notre site commercial, et nous avons mis des solutions possibles pour sauver notre problématique.

Le deuxième chapitre aborde la phase de conception. En premier lieu, nous spécifions la méthodologie adaptée, après nous présentons les différents diagrammes UML.

Dans le dernier chapitre intitulé réalisation, nous présentons notre environnement de travail matériel et logiciel, ainsi que les principales interfaces graphiques Web réalisées. Enfin, ce mémoire s'achève par une conclusion générale comprenant les perspectives d'application de ce travail et les recommandations liées à notre étude.

Introduction

Dans ce chapitre, nous formulons une définition de la commerce électronique et paiement électronique, E-Commerce en Algérie et l'étude du problème général puis la solution.

1. Qu'est-ce que la E-Commerce?

Selon la définition de l'encyclopédie, On appelle « Commerce électronique » (ou e- Commerce ou le e-business) l'utilisation d'un média électronique pour la réalisation de transactions commerciales et l'échange de biens et de services entre deux entités sur les réseaux informatiques. La plupart du temps il s'agit de la vente de produits à travers le réseau internet, mais le terme de e-Commerce englobe aussi le commerce interentreprises ou l'on utilise des réseaux de type E.D.I (Échange de données informatisées).

2. E-Commerce en Algérie

Si on veut procéder par achat en ligne il faudra avoir une connexion à internet et pour l'instant certains critères indiquent que l'Algérie est en train de se brancher aux autoroutes de l'information.

La vitesse de propagation d'Internet ne cesse d'augmenter mais très lentement. Sur un total de 35 millions d'habitants, l'Algérie compte pour l'année 2010 seulement 600 000 utilisateurs disposant de leurs propres connexions à internet.

Tout le monde est d'accord sur le niveau du « retard algérien » en Internet et surtout le commerce électronique, ce qui provoque l'existence d'un consensus sur les conséquences qu'aurait, à terme, un tel retard. Outre la marginalisation de l'Algérie dans les activités liées aux technologies de l'information un trop grand attentisme pénaliserait les entreprises algériennes. E-commerce bien sûr par les entreprises commerciales.

2.1. Intérêt économique du passage au e-commerce en Algérie

- Renforcer la capacité exportatrice des entreprises algériennes et d'intégrer le marché international.
- Baisse des coûts.
- Augmenter la concurrence.
- Diversification des produits et services offerts aux clients.
- Atteindre des besoins non satisfaits par la voie traditionnelle.
- L'adhésion à l'organisation mondiale du commerce (OMC).

3. Définition du paiement électronique – E-paiement

Le paiement électronique est un moyen permettant d'effectuer des transactions commerciales pour l'échange de biens ou de services sur Internet. Actuellement, il est très bien implanté et utilisé par la majorité des personnes et entreprises ayant un commerce sur internet.

4. Causes du retard de l'E-commerce en Algérie

causes du retard du commerce électronique en Algérie on mentionne;

4.1. Système bancaire non-compatible

- Système miné par la corruption et la fraude.
- Système de paiement traditionnel.
- Retard dans la transmission.
- Insécurité des transactions.

4.2. La réglementation et la législation

L'Algérie n'a toujours pas légiféré dans le domaine d'Internet. Ce vide juridique se fait de plus en plus ressentir et peut causer des dommages d'ordre économique, juridique et social Les règles concernent les transactions électroniques, propriétés intellectuelles et les mineurs.

4.3. Economie informelle

En Algérie, le secteur informel est très influant, mis à part, le secteur des hydrocarbures. En ce qui concerne le commerce, l'informel représente 60 % du marché national, soit 1,8 millions de marchands clandestins contre 1,2 millions de commerçants régularisés.

4.4. Habitudes des consommateurs

Les habitudes du consommateur algérien constituent un sérieux obstacle au développement du commerce électronique. Elles sont caractérisées par:

- L'usage du commerce à proximité et l'habitude de fréquenter un magasin et faire confiance au gérant.
- Les traditions sociotechniques telles que: relation à la modernité, aisance et confiance dans l'argent numérique notamment, sont quasiment inexistantes.
- Le degré d'acceptation du risque vis-à-vis de la perte ou du vol de la carte de paiement électronique est très minime [1].

5. Qu'est-ce qu'un magasin en ligne ?

Grâce à un magasin en ligne, on peut choisir et payer des articles comme dans un magasin réel. Pour acheter un produit de ce magasin virtuel, il suffit le plus souvent de choisir les produits désirés puis de les mettre dans un panier d'achat.

L'acheteur peut, ensuite, remplir un bon et payer sa commande par carte bancaire ou par un autre moyen de paiement. La commande sera livrée en fonction du choix de l'internaute et selon les modalités définies par le responsable du magasin.

6. Présentation de la société :

Souf Computer Center est un magasin multiservices, elle offre les services de l'informatique, maintenance, et la vente de matériels informatique. En général, elle est créée pour aider les bureaux de services privées au publics et à tirer profit des nouvelles technologies informatiques, et d'apporter aux individus, aux toutes établissements -publics ou privée- une couverture complète de besoins informatique.

7. L'objectif

L'objectif du projet consiste à développer un site web dynamique d'un magasin de matériels informatiques :

- Offre la commodité de ses clients. (Les clients peuvent naviguer sur le site à tout moment et le lieu de leur convenance avec la plus grande intimité et la confidentialité aussi sans face à la pression)
- Économiser du temps et de l'effort. (Les clients n'ont pas besoin de se déplacer ou d'attendre dans une file d'attente pour acheter un produit particulier, et ne pas avoir à déplacer ce produit dans la maison. Ne nécessite pas l'achat d'un produit plus que de cliquer sur le produit, et l'introduction de certaines des informations).
- Gérer les produits (ajouter, modifier ou supprimer des produits).

8. Problème Général

Pour acheter un matériel informatique tel qu'un ordinateur portable ou pièces d'ordinateur le client doit se déplacer directement au local de la société afin de chercher une offre de vente qui satisfait ses besoins. Ses déplacements peuvent être inutiles et même peuvent provoquer un gaspillage de temps.

D'ailleurs, même le vendeur n'a aucun moyen pour mettre à disposition ses annonces de vente et services, à l'exception des supports traditionnels tels que les journaux ou les petites affiches. Ainsi, un moyen fiable et automatisé permettant d'informer un grand nombre de clients des offres de vente et des services nécessaires.

Le problème général est comme suit:

- Perte de temps quand il ya congestion dans la magasin pour les clients.
- L'enregistrement des clients se fait manuellement sur papier, pour le vendeur.
- Les documents sont nombreux et mal organisés, pour le vendeur.
- Coût de mouvement et la fatigue qui en résulte pour le client.

9. Solutions proposées

La création d'un site Internet a pour but de valoriser l'image de la société et faire des économies. L'utilisation d'Internet, comme segment de communication de masse, permet également de baisser des coûts marketing et d'autres frais. Avec la transmission du haut débit et la sécurisation augmentée des moyens sécurisés de paiement, la confiance des utilisateurs en ce qui concerne l'e-commerce est croissante. La plupart des personnes adultes utilisent ,aujourd'hui, Internet pour faire des achats. Les consommateurs et les entreprises s'orientent de plus en plus vers les boutiques en ligne qui permettent la comparaison, la disponibilité des produits et la vérification des prix d'ou l'économie considérable du temps.

Ce projet consiste donc à la mise en place d'un site Web dynamique qui gère la commercialisation de matériels informatique. Ceci est possible à travers des catalogues en ligne proposant ces matériels aux meilleurs prix par rapport aux Catégories.

Le magasin n'aura donc qu'à agencer ses produits et bien sûr de mettre sa base de données à jour. Les clients peuvent consulter le site, et commander les produits, qui sont par la suite livrés à domicile.

Ce magasin en ligne permettra d'offrir beaucoup des services à savoir :

- le client pourrait consulter le site à partir de son domicile ou de son lieu de travail à l'aisance..
- Consulter des produits est disponible au magasin.
- Lire la description du produit.

Conclusion

Dans ce chapitre nous avons fait une étude du mode présent dont comporte des solutions pour passer des problèmes confrontés.

Introduction

Dans ce chapitre, nous avons utilisé la méthode d'UML pour modélisation et conception.

1. UML pour la modélisation du système

1.1. Présentation d'UML

UML, langage de modélisation objet, est récent mais déjà très référencé (qu'il s'agisse d'ouvrages ou de sites Internet) et dispose de nombreux outils. Notez qu'UML est ouvert et n'est la propriété de personne. Après avoir cité quelques méthodes objet, ce chapitre présente succinctement UML : une définition, des généralités, un court historique, une bibliographie et des outils (i.e. ateliers de génie logiciel). [2].

Selon l'organisme Object Management Group (OMG), UML est un langage visuel dédié à la spécification, la construction et la documentation d'un système. OMG est actuellement responsable de documenter et de faire évoluer UML. L'acronyme UML signifie(Unified Modeling Language), soit «Langage unifié de modélisation», c'est à dire que UML intègre dans un même langage graphique des formalismes et des notations empruntés des méthodes de développement des systèmes qui ont fait leur preuve dont notamment les méthodes dites orientées objet [3].

1.2. Les diagrammes d'UML utilisés

- Diagramme de cas d'utilisation.
- Diagramme de séquence.
- Diagramme de classes.
- Diagramme d'états-transitions.
- Diagramme d'activités.

1.3. Explications des diagrammes

- Diagramme de cas d'utilisation : il permet d'identifier les possibilités d'interaction entre le système et les acteurs (intervenants extérieurs au système), c'est-à-dire toutes les fonctionnalités que doit fournir le système.
- Diagramme de séquence : représentation séquentielle du déroulement des traitements et des interactions entre les éléments du système et/ou de ses acteurs.
- Diagramme de classes : il représente les classes intervenant dans le système.
- Diagramme d'états-transitions : permet de décrire sous forme de machine à états finis le comportement du système ou de ses composants.
- Diagramme d'activités : permet de décrire sous forme de flux ou d'enchaînement d'activités le comportement du système ou de ses composants[4].

2. Diagramme de cas d'utilisation

2.1. Cas d'utilisation « Suivi des clients »

Acteurs :

- Client.

Précondition:

- L'acteur doit s'authentifier.

Scénario nominal:

▪ Mise à jour des informations

- Le client accède à son profil et choisit d'afficher ses informations personnelles.
- Il met à jour les informations concernées.
- Il valide les changements, et si erreur alors un champ est vide ou invalide, le client doit revoir ses modifications.

- **Consulter profil**

- Le client sélectionne la rubrique à consulter dans son profil (compte, commandes)
- Il consulte la rubrique sélectionnée.

- **Désactiver compte**

- Le client choisit de désactiver son compte.
- Il coche la cause de la désactivation.
- Il valide l'opération et le système le déconnecte en le renvoyant vers la page accueil. La désactivation est seulement logique (On utilise un champ « statut » et on met sa valeur à « désactivé »)

- **Modifier le statut des comptes**

- Administrateur changer le statut des comptes (nouveau, privilège, désactivé).

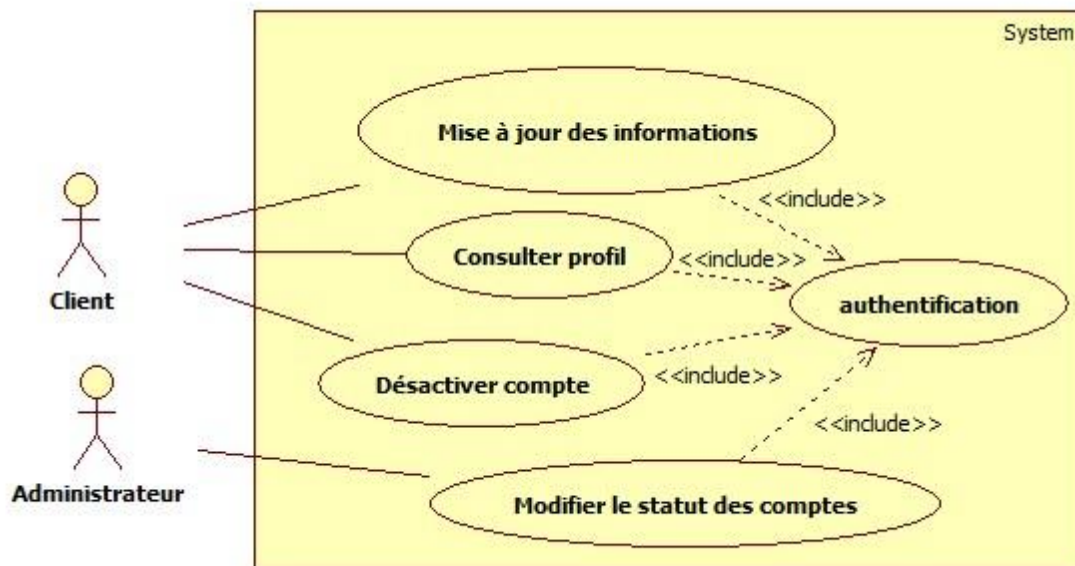


Figure 2.1: Diagramme de Cas d'utilisation Suivi des clients

2.2. Cas d'utilisation « Gestion des produits »

Acteurs :

- Client, Administrateur, commercial

Précondition:

- L'acteur doit s'authentifier.

Scénario nominal :

▪ Ajouter produit

- Administrateur ou commercial saisi les informations obligatoires du formulaire.
- Administrateur ou commercial Il valide l'ajout, si erreur alors le produit existe déjà ou l'acteur a oublié de remplir un champ, l'acteur est donc invité à recréer le produit.

▪ Mise à jour des informations d'un produit

- L'administrateur ou commercial choisit dans la liste, le produit qu'il veut modifier.
- Il met à jour les informations relatives à ce produit et valide l'opération, si erreur alors le produit existe déjà ou l'acteur a oublié de remplir un champ, l'acteur est donc invité à recréer le produit.

▪ Consulter fiche produit

- Client choisit dans la liste le produit qu'il veut consulter.
- Le système affiche tous les détails du produit.

▪ Authentification

- Tous les acteurs doivent authentifier.

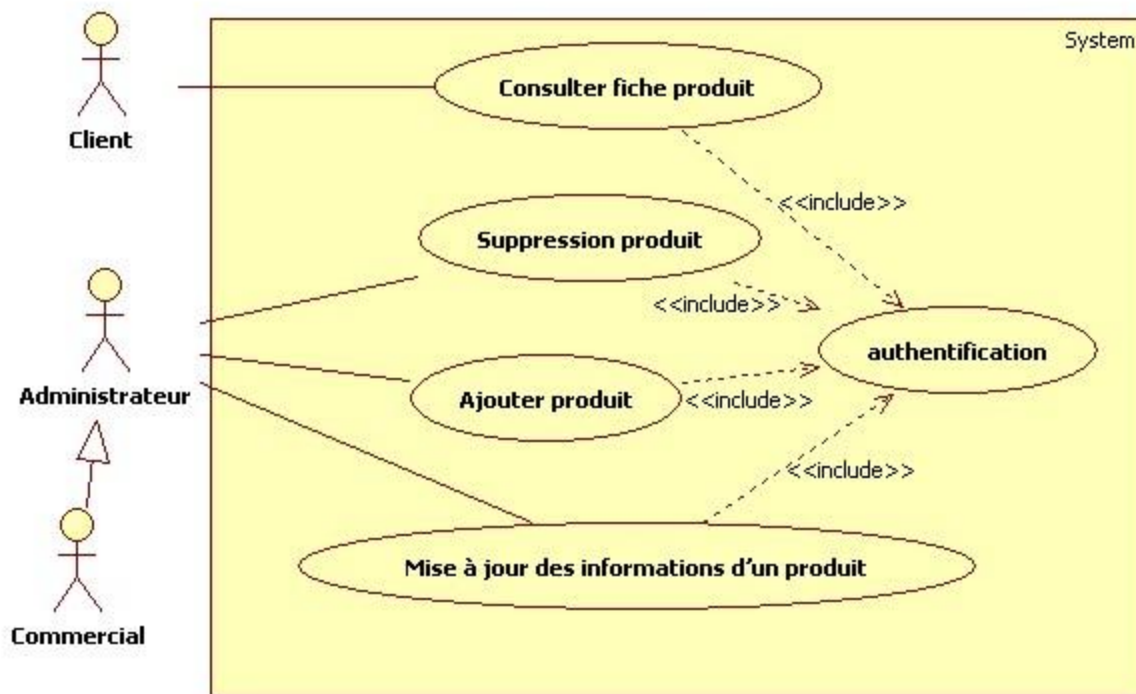


Figure 2.2: Diagramme de Cas d'utilisation Gestion des produits

2.3. Cas d'utilisation « Suivi des commandes »

Acteurs:

- Administrateur, Client, Commercial.

Précondition :

- Client accède au panier.

Scénario nominal :

- **Passage d'une commande**

- Le système affiche la liste des produits.
- Le client valide sa commande, s'il n'est pas authentifié alors le système le redirige vers une page d'identification, si ce n'est pas inscrit alors allé à l'inscription, sinon saisir leur nom d'utilisateur et mot de passe.
- Si l'acteur n'est pas un client alors l'acteur doit être inscrit dans le site pour pouvoir faire des achats.

- Le client est invité à choisir une adresse de livraison ou il peut laisser son adresse personnelle.
- Il choisit d'être livré ou pas.
- Il sélectionne un mode de paiement et affiche un résumé de l'opération.
- Il confirme la commande.
 - **afficher liste des commandes**
 - Administrateur ou commercial sélectionne le choix d'afficher la liste des commandes (Ordener par date, statut, prix, mode de livraison...)
 - **Mise à jour de l'état d'une commande**
 - Le commercial affiche la liste des commandes selon leurs statuts.
 - Il met à jour l'état d'une commande dans le cas d'un début et d'une fin de livraison.
 - Il valide le changement.
 - **Suivi d'une commande**
 - Le client accède à son profil et consulte l'historique de ses commandes.
 - Il consulte le statut de la commande (en cours, livré...)

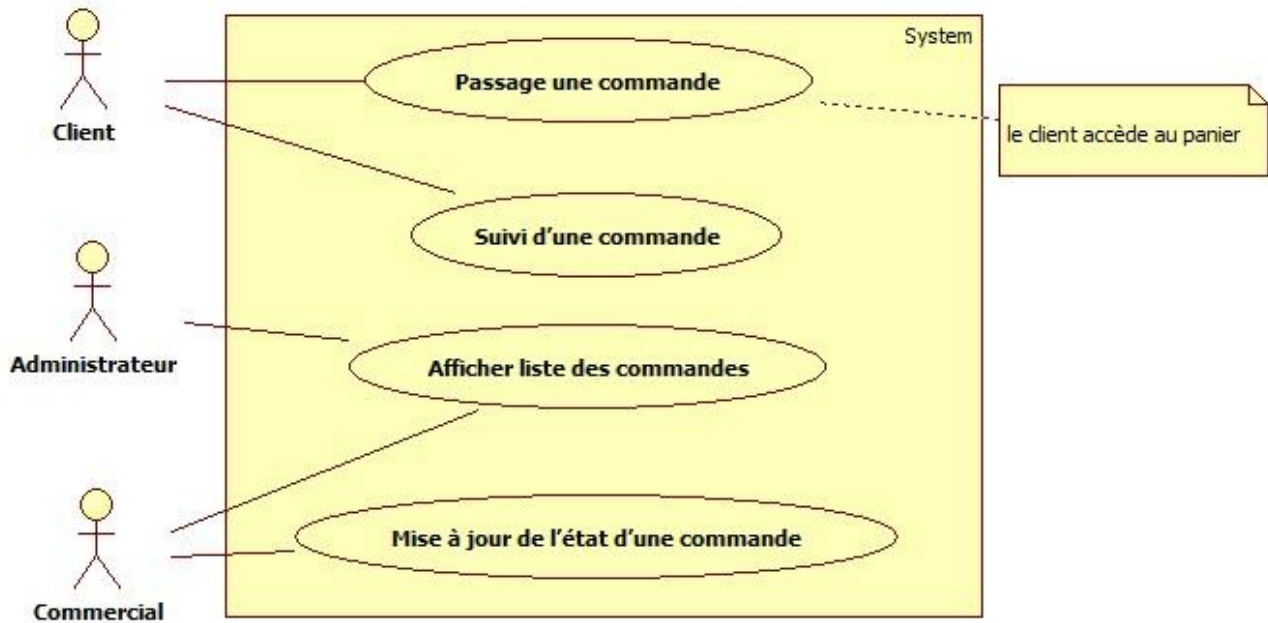


Figure 2.3: Diagramme de Cas d'utilisation Suivi des commandes

2.4. Cas d'utilisation: « Facturation »

Acteurs :

- Clients, commercial.

Précondition :

- Paiement effectué sur commande.

Scénario nominal :

▪ Réception de la facture

- Après avoir effectué le paiement, le client est livré et reçoit un e-mail.
- Il trouve le lien qui conduit vers une page contenant sa facture.
- Il sélectionne le lien et ouvre la page de la facture.

Postconditions :

- Transaction terminée.
- Mise à jour de la base de données.

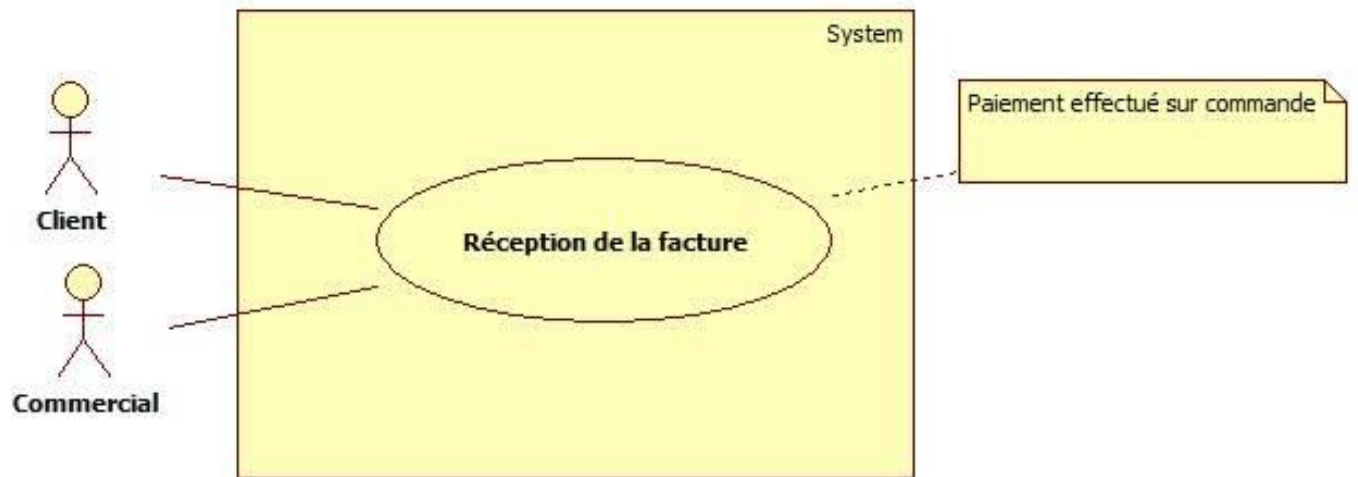


Figure 2.4: Diagramme de Cas d'utilisation: « Facturation »

2.5. Cas d'utilisation: « Panier »

Acteurs:

- Clients.

Précondition:

- L'acteur doit s'authentifier.

Scénario nominal:

- **Remplir panier**
- L'acteur affiche le catalogue par catégories ou pas marques.
- Il choisit le produit concerné.
- Il peut consulter les détails du produit ou de l'ajouter dans le panier.
- S'il ajoute alors un tableau s'affiche contenant les produits sélectionnés.

- **Lister les produits disponibles dans le panier**

- L'acteur termine ses courses et affiche les produits qu'il a mis dans son panier.
- Le tableau contient le nom , prix , quantité de chaque produit.
- Si l'acteur est d'accord alors valider la commande.

- **Retirer un produit du panier**

- Dans la liste des produits présents dans le panier, le client supprime un produit de cette liste.
- Le système met à jour le prix total ainsi que la nouvelle liste de produits.

- **Vider le panier**

- L'acteur choisit de vider son panier.
- Il lance l'opération de vidage du panier.

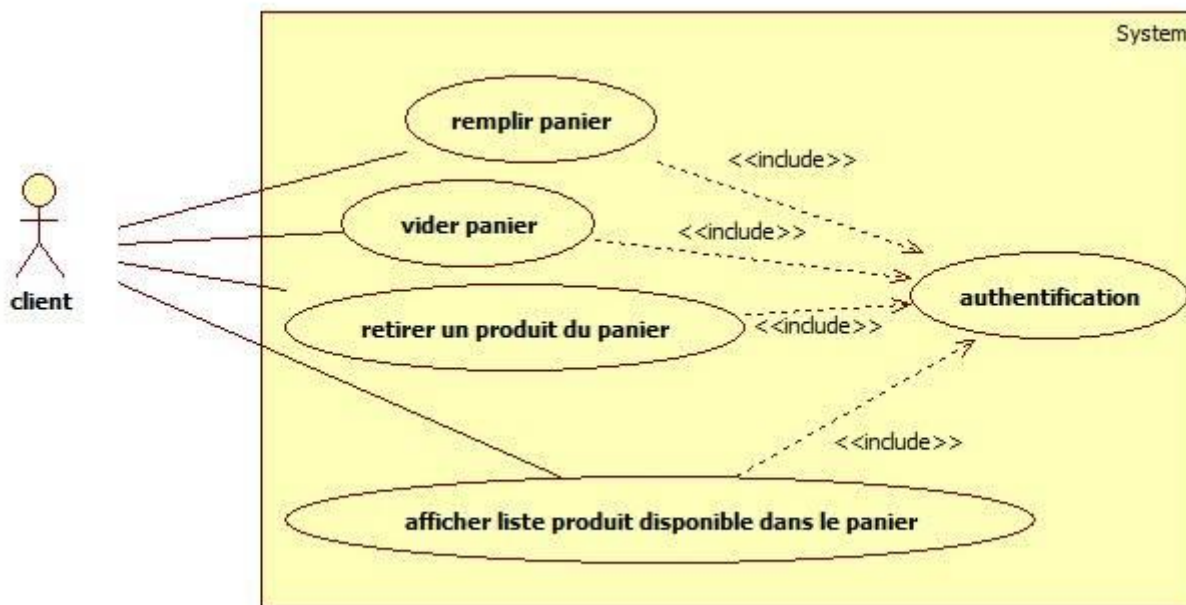


Figure 2.5: Diagramme de Cas d'utilisation: « Panier »

3- Diagrammes des séquences

Le diagramme de séquence est la représentation graphique des interactions entre les acteurs et le système selon un ordre chronologique dans la formulation UML

3.1. Diagramme de séquence « Identification »

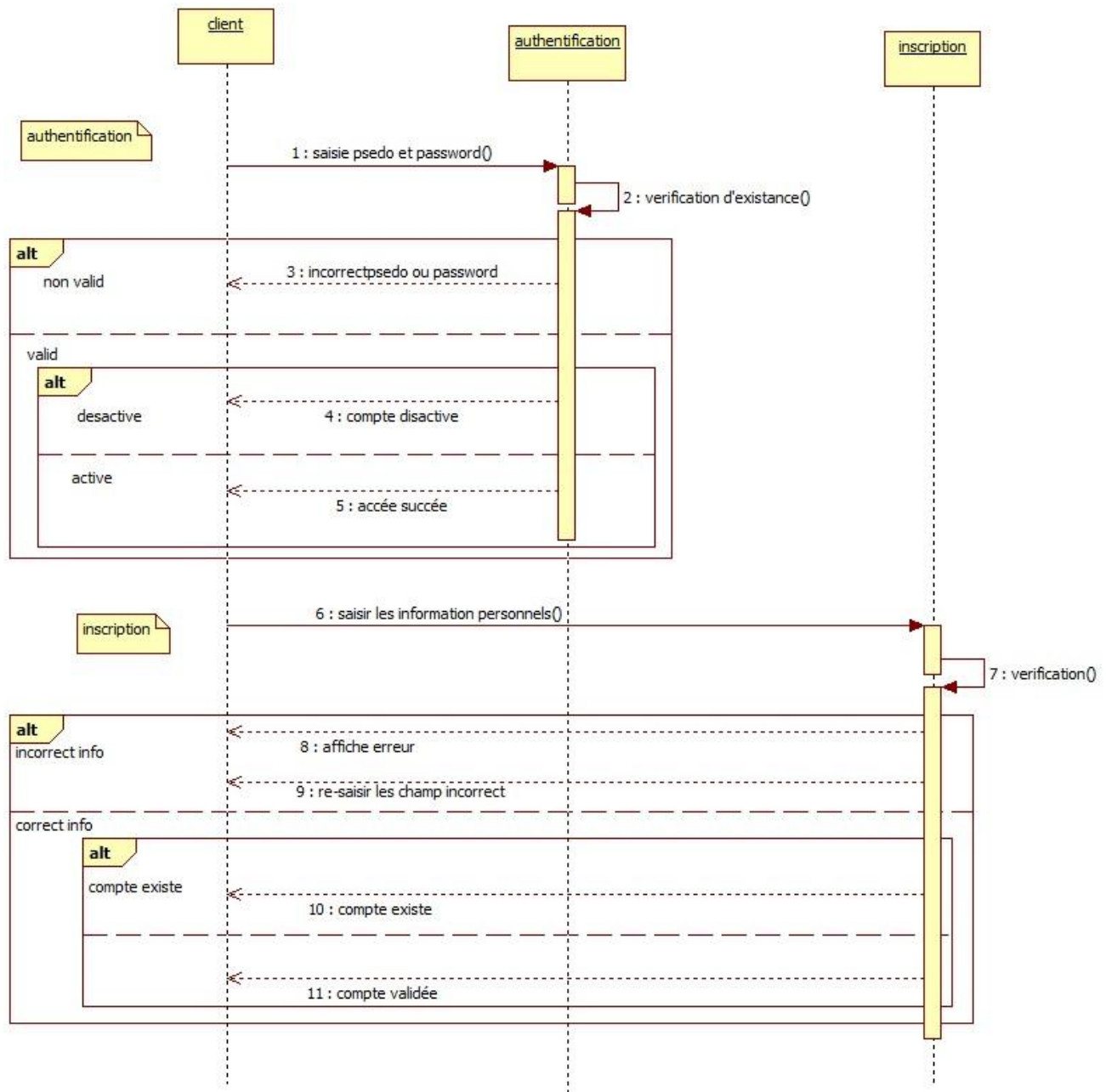


Figure 2.6: Diagramme de séquences Identification

3.2. Diagramme de séquences « Gestion des commandes »

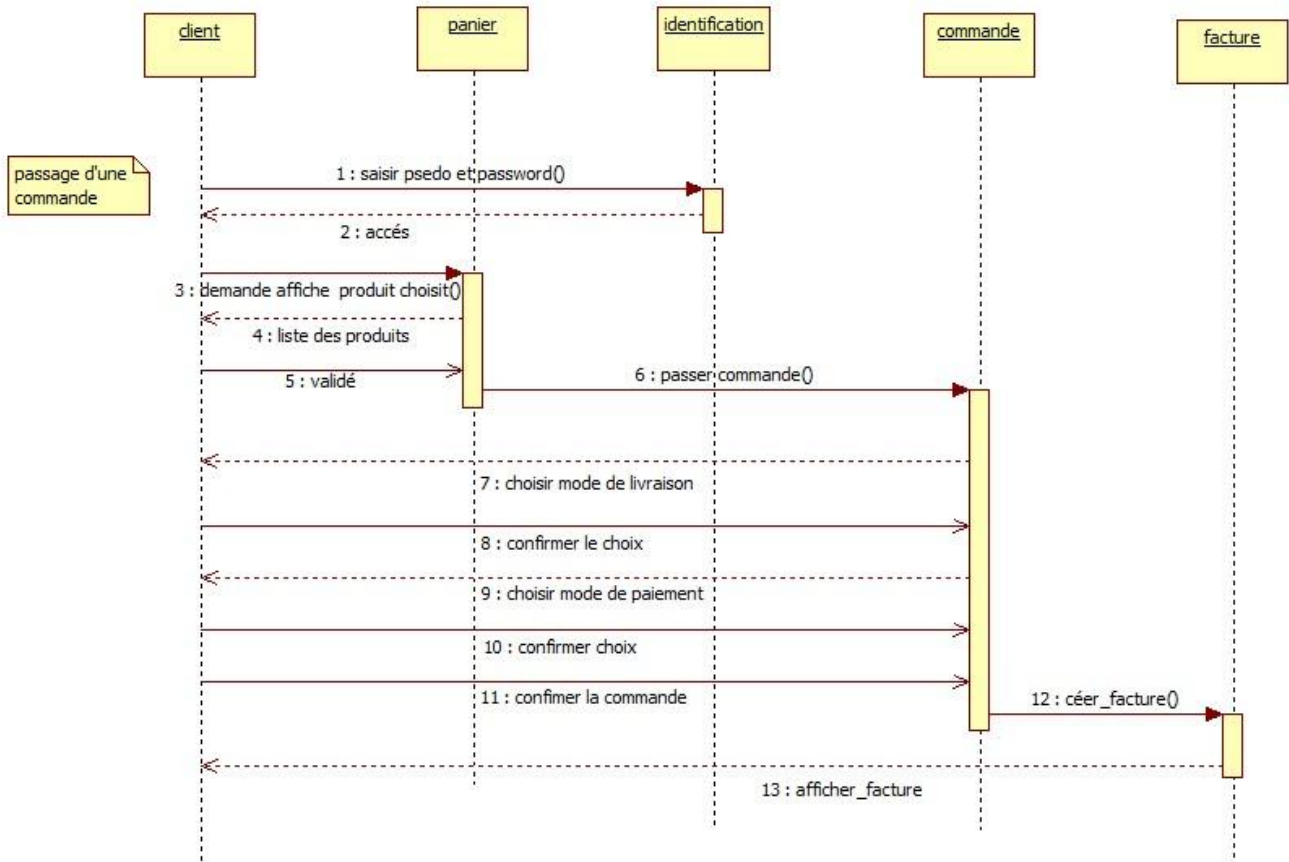


Figure 2.7: Diagramme de séquences Gestion des commandes

3. Diagramme de classes

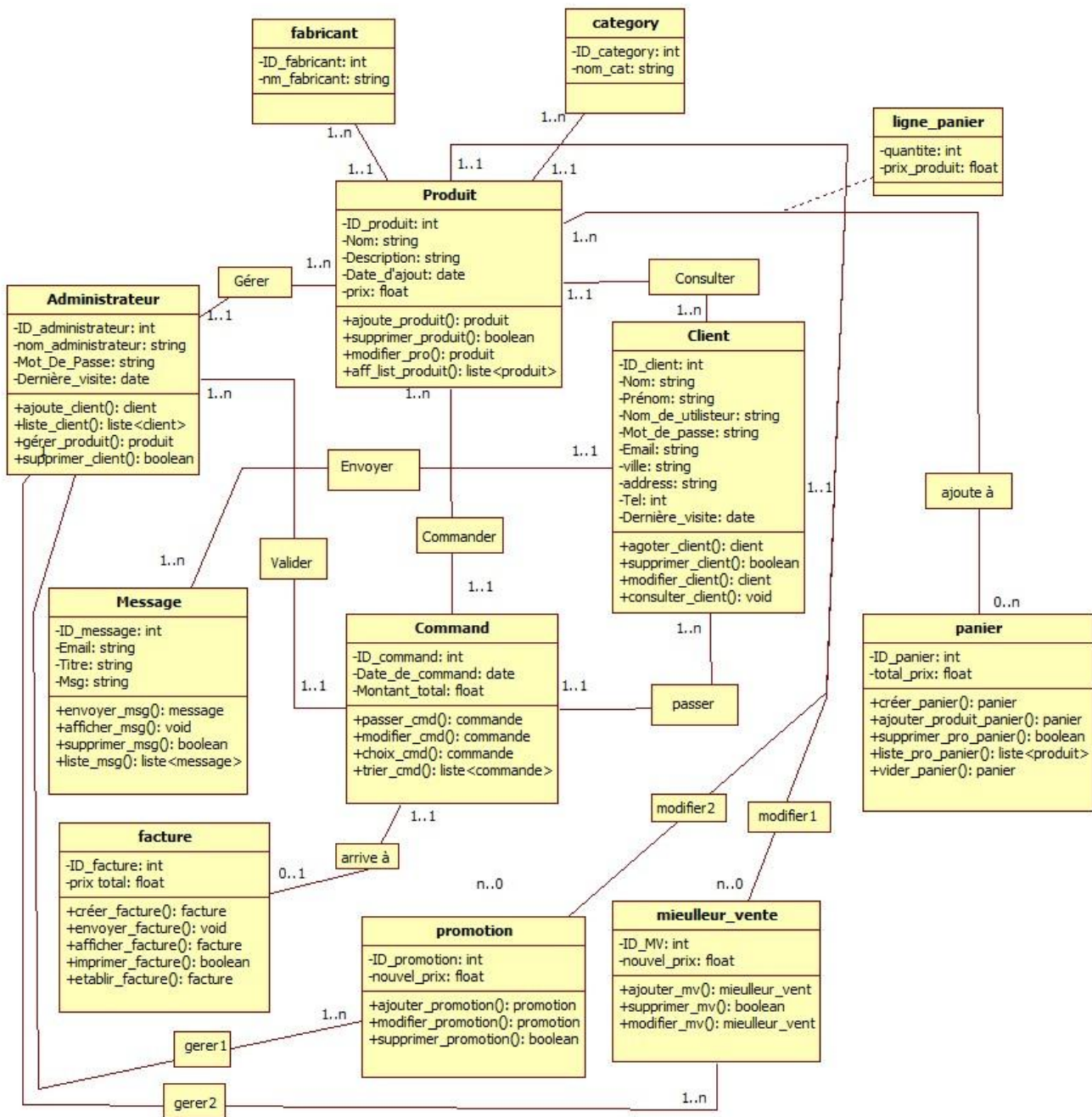


Figure 2.8: Diagramme de classes

3.1. Classes et attributs

Le tableau suivant représente les Classes et attributs de Figure 2.5.

Classe	Attributs
Produit	<u>ID_produit</u> , Nom ,Description, Date_d'ajout, prix.
Client	<u>ID_client</u> , Nom, Prénom, Nom_de_utilisateur, Mot_de_passe Email, ville, adresse, Tel, Dernière_visite .
Command	<u>ID_command</u> ,Date_de_command, Montant_total
Panier	<u>ID_panier</u> , total_prix
Message	<u>ID_message</u> , Email , Titre, Msg.
Administrateur	<u>ID_administrateur</u> , nom_administrateur, Mot_De_Passe ,Dernière_visite.
Fabricant	<u>ID_fabricant</u> , nm_fabricant.
Category	<u>ID_category</u> , nom_cat
Ligne_panier	<u>ID_panier</u> ,Quantite, prix_produit
Gerer1	<u>ID_promotion</u> , <u>ID_administrateur</u>
Gerer2	<u>ID_MV</u> , <u>ID_Administrateur</u>
facture	<u>ID_facture</u> , prix total
modifier1	<u>ID_produit</u> , <u>ID_MV</u>
Modifier2	<u>ID_produit</u> , <u>ID_promotion</u>

5. Diagrammes d'états transitions

5.1. Diagramme d'état transition « Produit »

Diagramme suivant représenté d'état transition Produit, Le produit se trouve dans l'attente de validation d'ajout. Lorsque l'administrateur l'ajoute si elle a été validée et stockée en Inventaire, si non est commandé par le client et lui a envoyé, le produit aussi mise à jour et modifié et supprimé par l'administrateur.

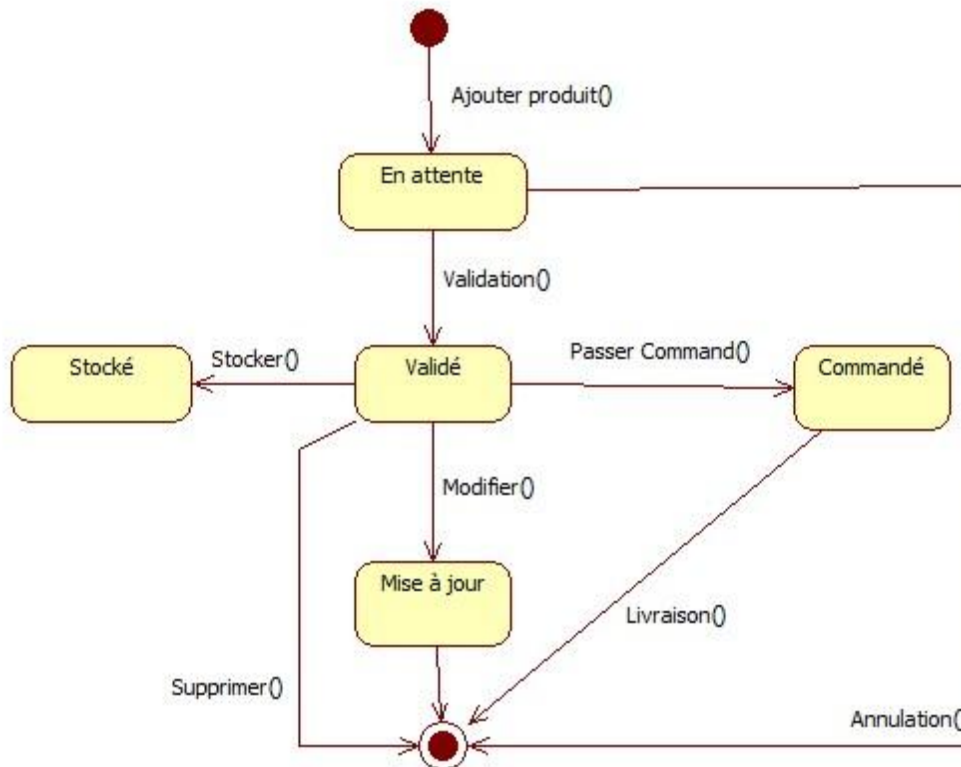


Figure 2.9: Diagramme d'état transition Produit

5.2. Diagramme d'état transition « commande »

Le diagramme suivant représente un diagramme d'état transition commande. La commande se trouve dans l'attente de client que passer le commande si non est annuler, si le commande est valider le client aussi consulter le commande et demande la facture de produit qui livrer par l'agent de stock.

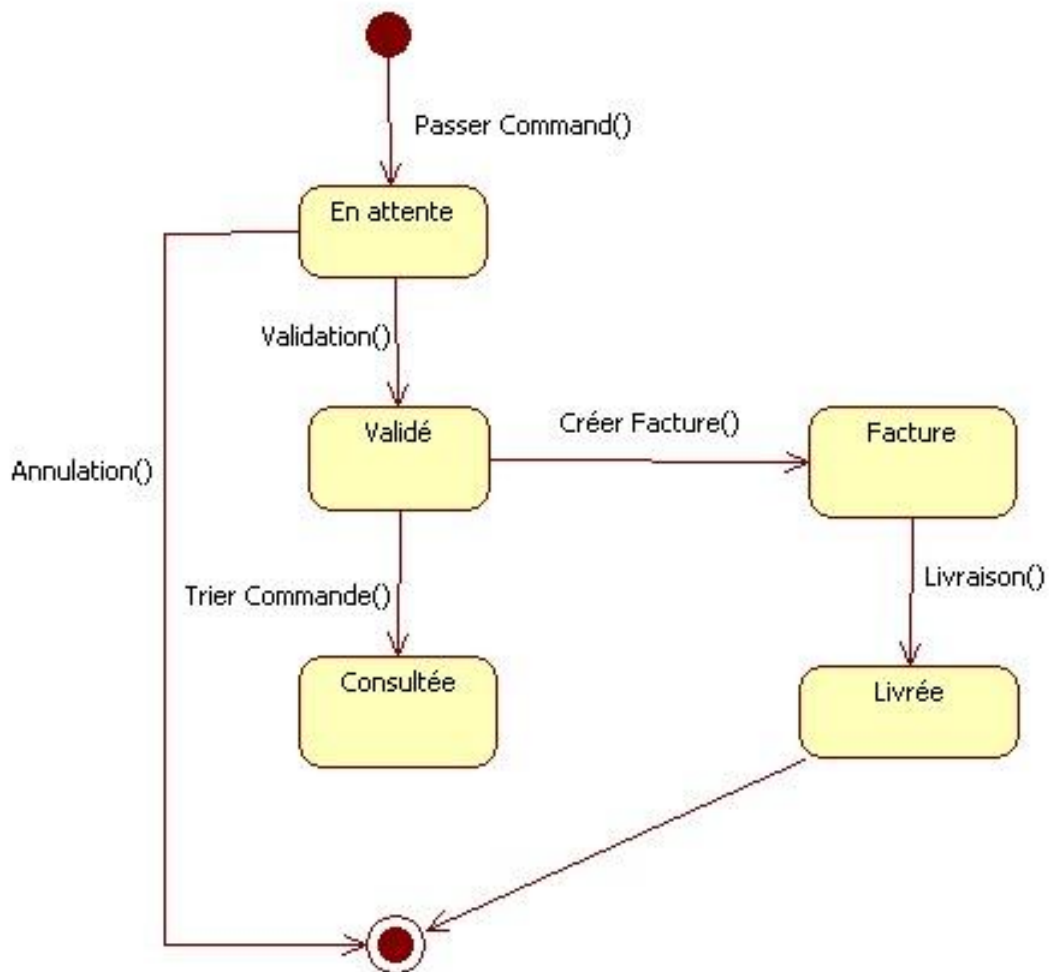


Figure 2.10: Diagramme d'état transition commande

5.3. Diagramme d'état transition « Panier »

Le diagramme suivant représente d'état transition panier, premièrement le panier est vide tant que le client achète les produits le panier est rempli, donc le client maintenant valide et consulte l'ajout de produit aussi supprimer si non vider le panier.

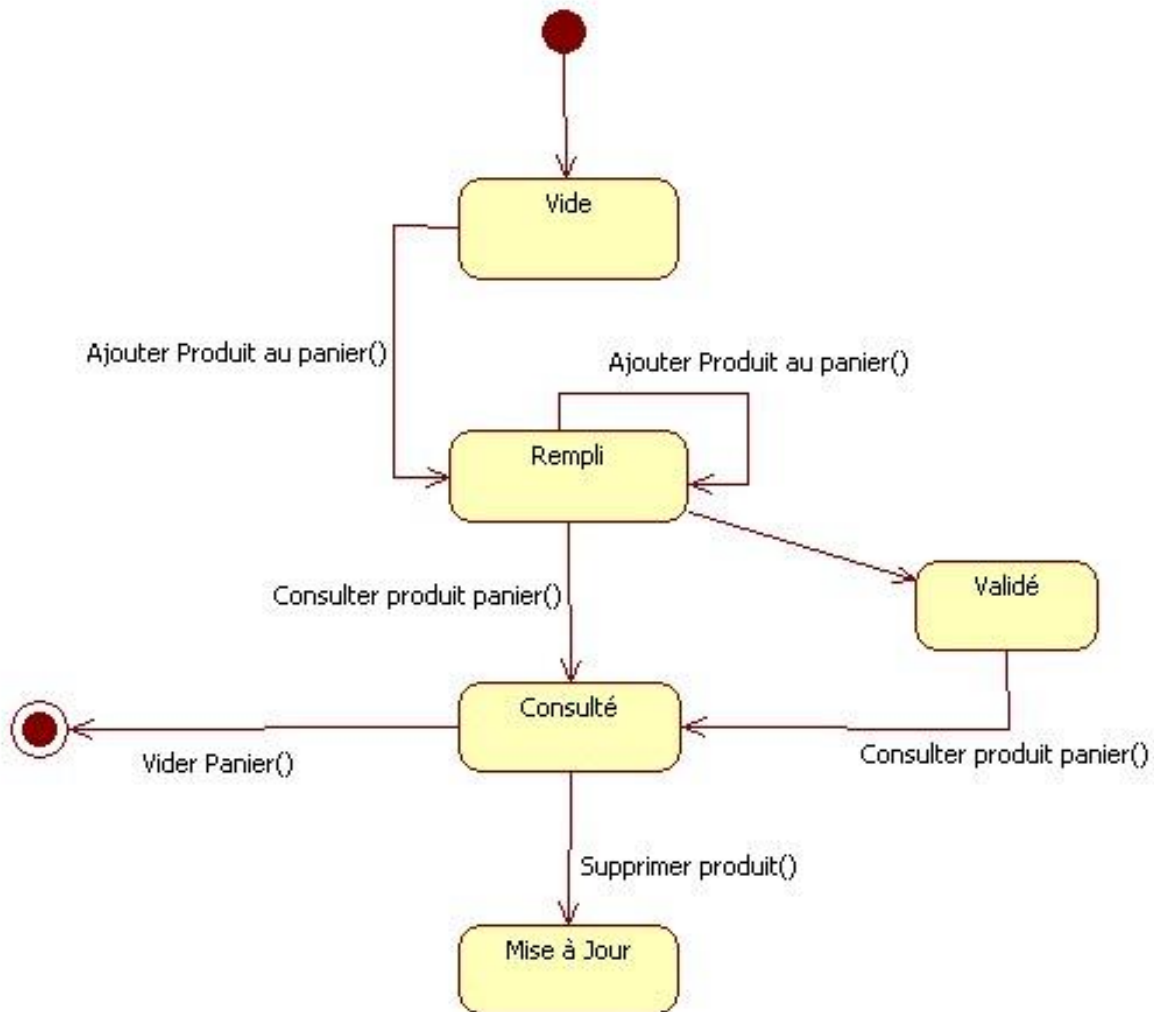


Figure 2.11: Diagramme d'état transition panier

6. Diagrammes d'activités

6.1. Diagramme d'activité « gestion des clients »

Diagramme suivant représenté l'activité gestion des clients, L'action se déroule suite : le client choisir opération entre consultation son profil ou désactiver le compte ou modifier information du profil .

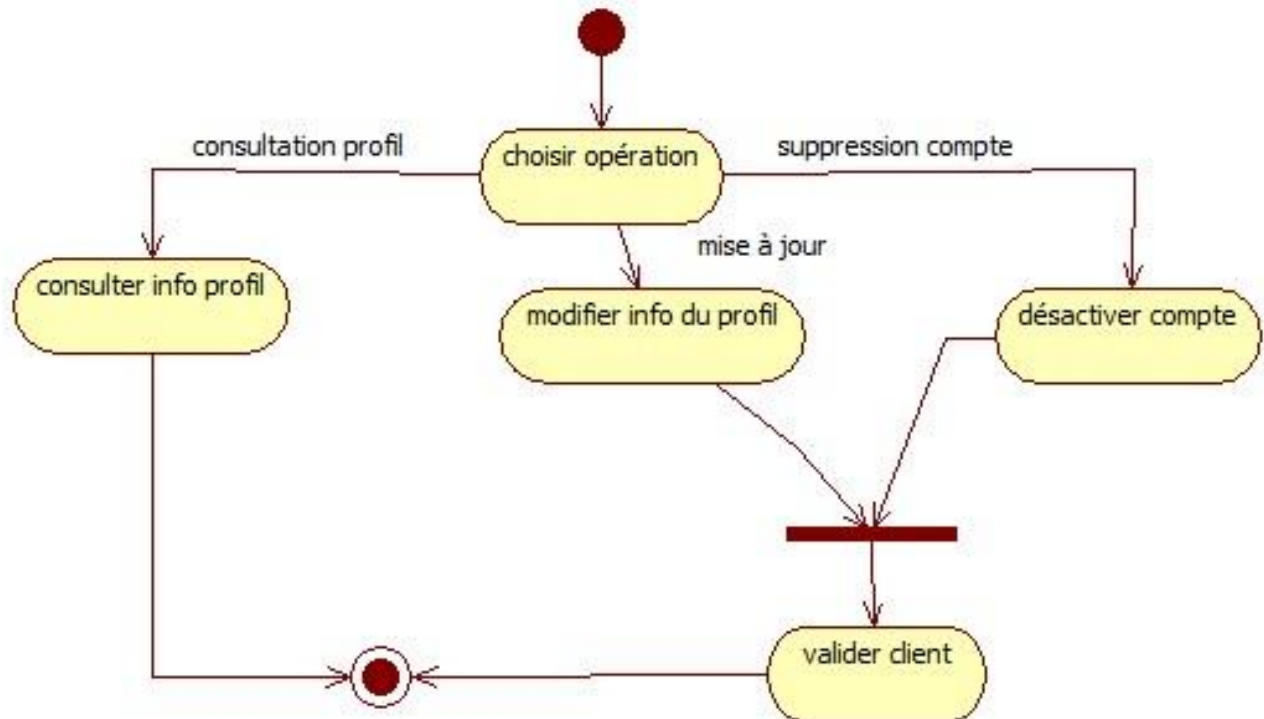


Figure 2.12: Diagramme d'activité gestion des clients

6.2. Diagramme d'activités « gestion des commandes »

Le diagramme suivant représenté l'activité des cas d'utilisation gestion des commandes, L'action se déroule suite : le client devrait faire un choix si il va voir le liste des demandes/applications ou il va voir l'état des demandes/applications ou il va directement demander et choisir le moyen d'envoi et de paiement et en cas qu'il n'était pas déjà inscrit il doit s'inscrire dans le site, il peut aussi faire une modernisation du menu des demandes/applications qui n'était pas encore reçu et il peut changer sa nature et son état.

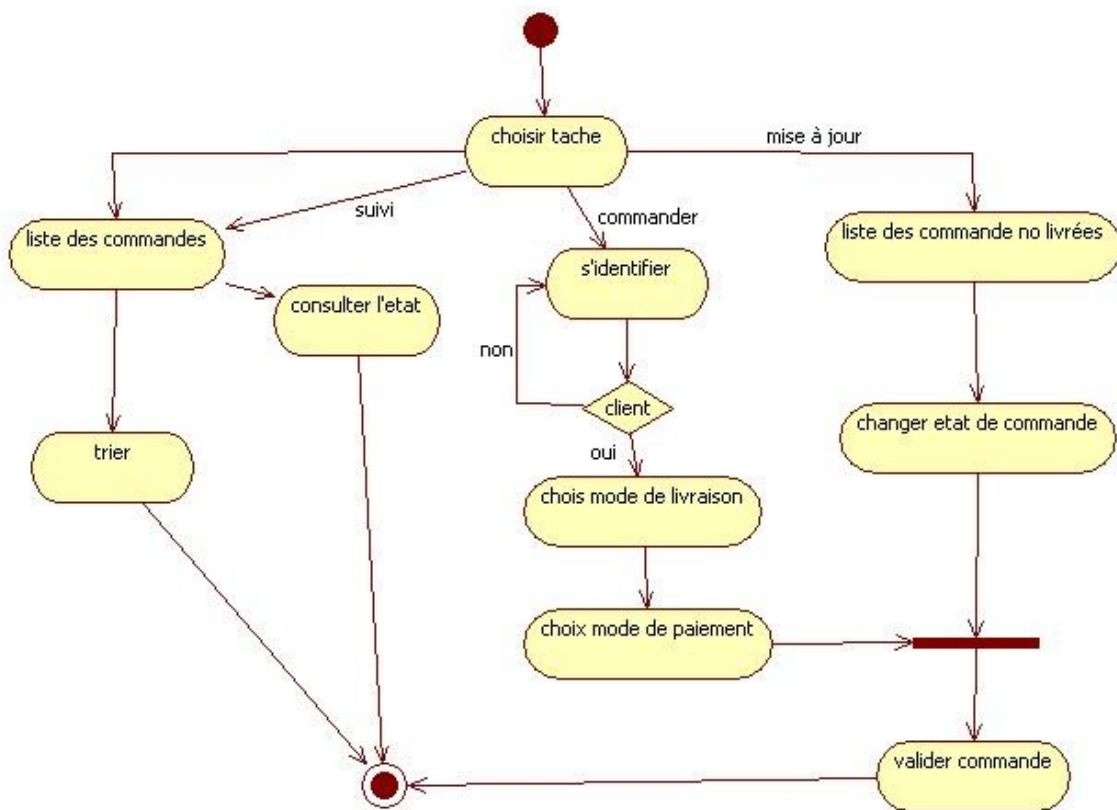


Figure 2.13: Diagramme d'activités gestion des commandes

Conclusion

Ce chapitre a été consacré à la modélisation de l'aspect statique du système, en se basant sur les spécifications détaillées aux chapitres précédents. Le prochain chapitre sera la partie de réalisation.

Introduction

Au niveau de ce dernier chapitre, nous nous intéressons aux outils utilisés pour la réalisation de notre application ainsi qu'aux principales interfaces de l'application.

1. L'environnement de développement

1.1. Environnement Logiciel

Lors du développement de cette application, nous avons utilisé, les outils logiciels suivants:

- Adobe Dreamweaver.
- PHP.
- CSS.
- HTML.
- WAMP SERVER.

Nous avons présenté ces différents logiciels dans la section suivante :

1.2. Logiciels utilisés

- **Dreamweaver :**

Adobe Dreamweaver est un éditeur du site web de type WYSIWYG. Il fut l'un des premiers éditeurs HTML de type « tel affichage, tel résultat », mais également l'un des premiers à intégrer un gestionnaire du site (Cyber Studio GoLive étant le premier). Ces innovations l'imposèrent rapidement comme l'un des principaux éditeurs du site web, aussi bien utilisable par le néophyte que par le professionnel. [5].

- **PHP (HyperText préprocesseur) :**

PHP est un langage de script serveur, et est un outil puissant pour créer des pages Web dynamiques et interactives rapidement [6].

- **HTML (HyperText Mark up Langage) :**

L'HyperText Markup Langage se traduit littéralement en langage de balisage d'hypertexte. On utilise généralement l'abréviation HTML, parfois même en répétant

le mot « langage » comme dans « langage HTML ». HyperText est parfois écrit HyperText pour marquer le T de l'abréviation HTML [7].

- **WAMP SERVER :**

WampServer est une plate-forme de développement Web sous Windows pour des applications Web dynamiques à l'aide du serveur Apache2, du langage de scripts PHP et d'une base de données MySQL. Il possède également PHPMyAdmin pour gérer plus facilement vos bases de données. [8]

3. Les principales interfaces graphiques

3.1. Interface client

3.1.1. la page Accueil

Dans cette fenêtre, le client peut être identifié ou créé nouvel compte, consulter les produits par catégorie et fabricants.



Figure 3.1: La page d'accueil

3.1.2. La page d'Inscription

Cette fenêtre permet à tout nouveau client de s'inscrire dans le site pour effectuer un achat, Les champs de saisie contiennent l'information de client sont : Le nom, prénom, site nom mot de passe, Email, Etat, Adresse, Tel et description.

The screenshot shows the registration page for SOUF COMPUTER CENTER. At the top left is the logo and the text 'SOUF COMPUTER CENTER' with the tagline 'Faire vos achats ici'. At the top right, a yellow box displays 'Panier : (vide)' and 'Montant total : 0 DA'. Below this is a blue navigation bar with links: 'Accueil', 'Produit', 'Meilleures ventes', 'Promotion', and 'Contact'. The main content area is divided into three columns. The first column, 'CATEGORY', lists various product categories like 'Netbook & Tablette', 'PC de bureau', etc., with a 'Tous category' dropdown. The second column, 'FABRICANTS', lists brands like 'HP', 'SONY', 'DELL', 'ACER', with a 'Tous fabricants' dropdown. The third column, 'CLIENT COMPTE', is titled 'Créer un nouvel compte' and contains a registration form with the following fields: 'Nom*', 'Prenom*', 'Site nom*', 'Mot de passe*', 'Re-entre*', 'Email*', 'Etat*' (dropdown), 'Address*', 'Tel*', and 'description'. A 'register' button is at the bottom of this form. To the right of the form, there are fields for 'Utilisateur' and 'password', a 'CONNECTION' button, and a 'Nouvel compte' link.

Figure 3.2: La page d'Inscription

3.1.3. La page des produits

Dans cette fenêtre, le client consulte les produits qui ont été ajoutés par l'administrateur.

SOUF COMPUTER CENTER
Faire vos achats ici

Panier : (vide)
Montant total : 0 DA

Accueil | Produit | Meilleures ventes | Promotion | Contact

CATEGORY
Netbook & Tablette
PC de bureau
TV/Image & Son
Composant intern & extern
Tous category ▼

FABRICANTS
HP
SONY
DELL
ACER
Tous fabricants ▼

PRODUIT

Image	Produit	Spécifications	Prix (DA)	Action
	Acer Iconia A3-A10-16Go	Système d'exploitation Android 4.2	25072 DA	Voir...
	ASUS X550CC-i3-2GEDD	Processeur Intel® Core™ i3 3217U	45845 DA	Voir...
	DELL Inspiron 3137	Processeur Intel Pentium 3556U	40531 DA	Voir...
	HP 15-d001sk N3510	Processeur Intel® Pentium® N3510	29903 DA	Voir...
	HP 15-d002sk i3	Processeur Intel® Core™ i3-3110M	36183 DA	Voir...
	LENOVO U400-i5	Processeur Intel Core i5-2430M	77247 DA	Voir...
	PACKARD BELL EasyNote TE 69BMP	Processeur Intel® Celeron® N2820	25555 DA	Voir...
	SAMSUNG NP350V5X-i7	Processeur Intel Core i7-3630QM	71933 DA	Voir...

CLIENT COMPTE
Utilisateur
password
CONNECTION
[Nouvelle compte](#)

Figure 3.3: La page de produits

3.1.4. La page produit en détail

Dans cette fenêtre, le client consulte les produits en détail.

The screenshot shows the product detail page for a Packard Bell laptop. At the top left is the Souf Computer Center logo and name, with the tagline "Faire vos achats ici". At the top right, a yellow box displays the shopping cart status: "Panier : (3 Produit)" and "Montant total : 96187 DA". A blue navigation bar contains links for "Accueil", "Produit", "Meilleures ventes", "Promotion", and "Contact". The page is divided into three main sections: "CATEGORY" on the left, "Produit detail" in the center, and "CLIENT COMPTE" on the right. The "CATEGORY" section lists various product types like "Netbook & Tablette" and "PC de bureau", along with a "Tous category" dropdown. The "FABRICANTS" section lists brands like "HP", "SONY", "DELL", and "ACER", with a "Tous fabricants" dropdown. The "Produit detail" section features a large image of the laptop with a "15.6\"/>

PACKARD BELL EasyNote
TE69BMP
PACKARD BELL
Netbook & Tablette

Quantité :

EN STOCK

25555 DA
[Ajouter au panier](#)

Description

Processeur Intel® Celeron® N2820 (1M Cache, up to 2.39 GHz) Mémoire 2 Go DDR3
Disque Dur 500 Go Ecran 15.6" LED HD Intel® HD Graphics

CLIENT COMPTE
Bienvenu M.ratebahmid39
[Déconnection](#)

Copyright © Souf Computer Center 2014. All rights reserved.

Figure 3.4: La page produit en détail

3.1.5. La page produit en panier

Dans cette fenêtre, le client consulte les produits qui ont été ajoutés en panier.

SOUF COMPUTER CENTER
Faire vos achats ici

Panier : (3 Produit)
Montant total : 96187 DA

Accueil Produit Meilleures ventes Promotion Contact

CATEGORY		PANIER				CLIENT COMPTE
Netbook & Tablette		Product name	Prix-unite	Quantité	Action	Prix
PC de bureau		PACKARD BELL EasyNote TE69BMP	25555 DA	1	supprimer	25555 DA
TV/Image & Son		TOSHIBA TV 32 W2333	35700 DA	1	supprimer	35700 DA
Composant intern & extern		Intel Core i5-2300	17466 DA	2	supprimer	34932 DA
Tous category		Total price:				96187 DA

Déconnection

ACCEPT

Copyright © Souf Computer Center 2014. All rights reserved.

Figure 3.5: Liste des produits en panier

3.1.6. La page facture



SOUF CENTER COMPUTER
El-Oued centre/El-melah
soufcomputercenter@gmail.com
Tel: 0662736590

Client : ratebahmid ahmid
Address : hassani_abdelkrim_eloude
E-mail : rateb39@gmail.com
Telephone : 560386040

Nombre de facture 1
Date de Facture 01-06-2014

Produit	Prix unitaire	Quantity	Prix
ASUS X550CC-I3-2GDED	45845 DA	1	45845 DA
Total			45845 DA

signature :

Figure 3.6: La page facture

3.1.7. La page Contact

La fenêtre suivante permet au client de communiquer avec le vendeur. Les champs de saisie contiennent des informations de client :

Nom complet, E-mail, Message.

SOUF COMPUTER CENTER
Faire vos achats ici

Panier :

Accueil Produit Meilleures ventes Promotion Contact

CATEGORY
Netbook & Tablette
PC de bureau
TV Image & Son
Composant intern & extern
Tous category ▼

FABRICANTS
HP
SONY
DELL
ACER
Tous fabricants ▼

Contactez-nous

Nom complet :

E-mail :

Sujet :

Message :

CLIENT COMPTE

Utilisateur

password

[Nouvelle compte](#)


Copyright © Souf Computer Center 2014. All rights reserved.

Figure 3.7: La page Contact

3.2. Interface administrateur

3.2.1. Page authentification

L'administrateur doit entrer dans la page suivante les informations de (nom et mot de passe personnels).

The image shows a login form titled "Admin Log In" centered on a blue background. The form is white with rounded corners and contains two input fields: "Username :" and "Password :". Below the password field is a "CONNECT" button. The text "Admin Log In" is in orange, while the labels and button text are in black.

Admin Log In

Username :

Password :

CONNECT

Figure 3.8: Page authentification

3.2.2. Ajout produit

La fenêtre suivante permet d'ajouter un nouveau produit par l'administrateur. Les champs de saisie contiennent les informations de produit suivants : Produit nom, Catégorie, Fabricant, Petit description, Description, Quantité, Prix Unitaire, Photo.



The screenshot shows the 'Ajoute un nouvelle produit' form in the SOUF COMPUTER CENTER application. The header includes the logo and name 'SOUF COMPUTER CENTER' with the tagline 'Faire vos achats ici'. A green navigation bar contains links for 'Accueil', 'Inventaire', 'Ajoute produit', 'messages', 'Commands', and 'Déconnecter'. The form itself has the following fields:

- Produit nom:
- Category:
- Fabricant:
- Petit description:
- Discreption:
- Quantité:
- Prix Unitaire: DA
- Photo:

At the bottom of the form is a button labeled 'ajoute produit'.

Figure 3.9: Ajout produit

3.2.3. Inventaire Page

Dans cette fenêtre, on peut consulter la liste des produits :

ID	NOM	CATEGORY	FABRICANT	PRIX	QUANTITE	ACTION
1	Acer Iconia A3-A10-16Go	Netbook & Tablette	ACER	25072	15	Edit/Supprimer Promotion/Meilleures ventes
6	ASUS X550CC-43-2GDED	Netbook & Tablette	ASUS	45845	23	Edit/Supprimer Promotion/Meilleures ventes
7	DELL Inspiron 3137	Netbook & Tablette	DELL	40531	78	Edit/Supprimer Promotion/Meilleures ventes
8	HP 15-d001sk N3510	Netbook & Tablette	HP	29903	20	Edit/Supprimer Promotion/Meilleures ventes
9	HP 15-d002sk i3	Netbook & Tablette	HP	36183	78	Edit/Supprimer Promotion/Meilleures ventes
10	LENOVO U400-i5	Netbook & Tablette	LENOVO	77247	20	Edit/Supprimer Promotion/Meilleures ventes
11	SAMSUNG NP350V5X-i7	Netbook & Tablette	SAMSUNG	71933	20	Edit/Supprimer Promotion/Meilleures ventes

Figure 3.10: Inventaire Page

Conclusion

Dans le présent chapitre nous avons aboutis à un système qui prend en charge d'une façon générale la majorité des fonctions définies dans la partie conception et analyse de notre système. Enfin nous avons présenté par l'exemple le mode d'utilisation de ce système informatique.

Conclusion Générale

Notre mémoire a été réalisé dans le cadre d'un mémoire de fin de cycle la première c'est l'analyse des besoins de notre mémoire, la deuxième c'est la modélisation et la conception, et la troisième c'est réalisation et mise en œuvre.

Durant la réalisation de ce mémoire nous avons essayé de couvrir le maximum des besoins, ainsi qu'augmenter l'efficacité des fonctionnalités de site, tout cela pour faciliter la tâche aux clients d'une part et à l'administrateur d'une autre.

Par ailleurs ce mémoire était pour nous une occasion pour acquérir des atouts et des connaissances techniques sur un outil important dans web existants sur le marché, ainsi quel 'utiliser pour réaliser un site web dynamique.

Enfin, s'il nous a resté plus de temps nous travaillons outil pour comparer le produit à l'autre et donner des résultats après comparaison et mettre une partie de la recherche pour le produit.

Bibliographie

[1] <http://wikimemoires.com/>

[2] Analyse et Conception des Systèmes d'Information – Méthodes Objet de l'Université Bordeaux.

[3] GILLES Roy, Conception de bases de données avec UML

[4] Introduction à la modélisation orientée objets avec UML

[5] REALISATION D'UN SITE WEB DYNAMIQUE COMMERCIALE Par
Wahabi Mohamed Université Virtuelle de Tunis .

[6] <http://www.w3schools.com/PHP/>.

[7] LA MISE EN ŒUVRE D'UNE APPLICATION DE SUIVI DES STAGES Elaboré
par : Mohamed HAMDI & Mohamed REZGUI Université Virtuelle de Tunis .

[8] <http://www.wampserver.com/>.